website

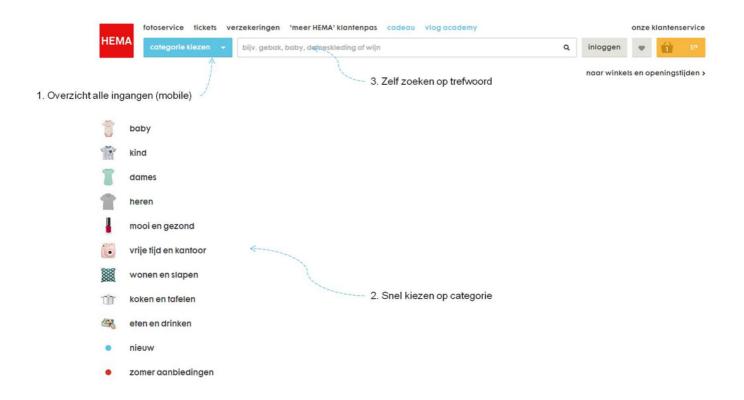
navigation

navigation for everyone

Different types of users have been considered for the purposes of the navigation. Some users like searching for things, some love lists and others just prefer clicking through all of the pages.

searching

| 1 | select category | to get a summary of HEMA's wide range |
|---|-----------------|---|
| 2 | left navigation | input based on relevant and commercial categories |
| 3 | search box | to search for or use something specific when it is not clear which category something can be found in |



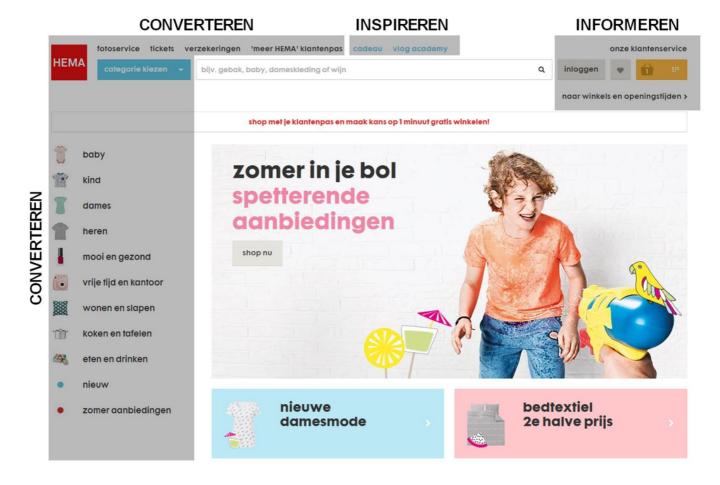
navigating

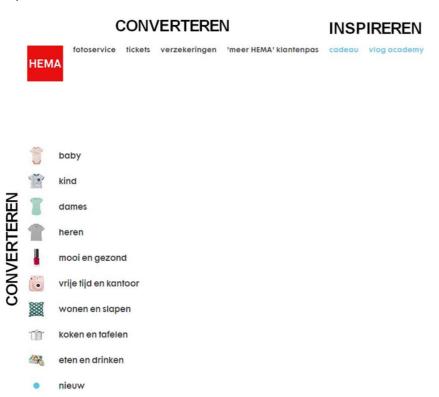
The site is set up to align with three customer needs:

Informing Inspiring Converting

Each of these elements are detailed individually below.

example 1





informing

zomer aanbiedingen

INFORMEREN

INFORMEREN

naar winkels en openingstijden >

inloggen

onze klantenservice

onze klantenservice

Q inloggen

naar winkels en openingstijden >

This navigation element is not for commercial purposes and is solely aimed at giving the visitor the information he or she needs. The customer can use this element to:

ee what he/she has in his/her shopping basket;

ng in to his/her account (and more HEMA);

et information about more HEMA;

lick through to the contact information for Customer Service;

lick through to relevant store information.

Inspiring



This navigation element is intended to inspire the visitor. It is the layer between information and direct referral to the product or service. The collection point where visitors can click through to themed entities.

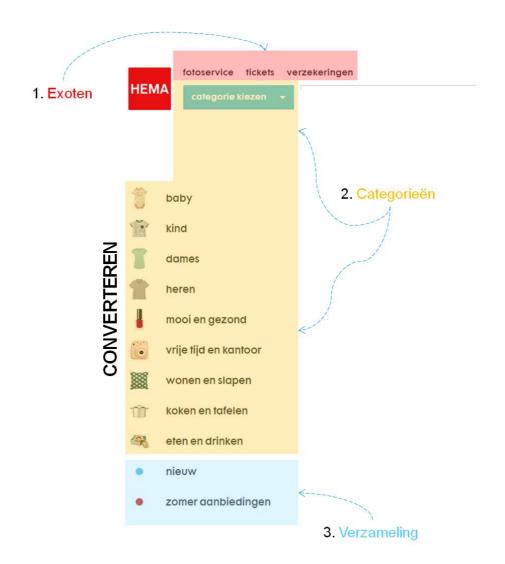
<u>Guidelines</u>

neme: min. 1 and max. 3 inputs;

ne inputs at Theme and Collection are never identical to each other;

Il words in the navigation inputs are written without a capital letter, except when it is a HEMA campaign or promotion name such as HEMARKT, Back to School and Kingsday.

Converting



The navigation element is intended for commercial purposes. It is the place where the visitor can be directly motivated towards purchasing behaviour. This is a functional navigation that is set up based on the article type hierarchy and purchasing behaviour of the customer. This layer is divided into three elements:

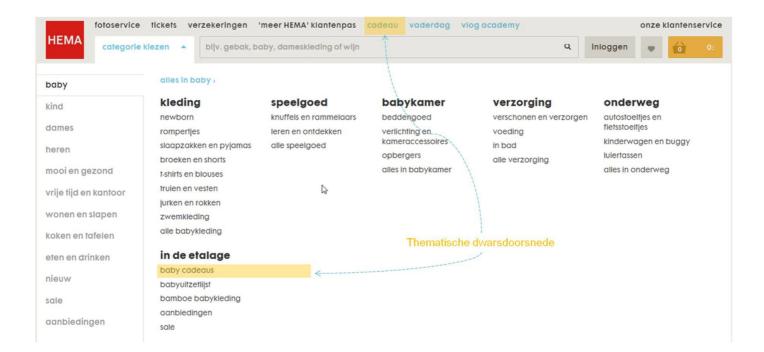
| 1 | exotics | HEMA services |
|---|-------------|---|
| 2 | categories | targeted navigation entities |
| 3 | collections | umbrella collection entities requiring extra attention within the commercial domain |

Guidelines:

- categories: max. 11 inputs
- the inputs at Theme and Collection are never identical to each other;
- all words in the navigation inputs are written without a capital letter, except when it is a HEMA campaign or promotion name such as HEMARKT, Back to School and Kingsday.

thematic cross section

A category can contain a thematic cross-section. Products within the theme input 'gift' can therefore also be found in the category 'baby' or 'baby gifts'.



typography

productnaam

Productnamen in de product-tiles zitten tussen een kop en bodytekst in. We noteren ze als bodytekst; Regular (font-weight: 200).



< terug

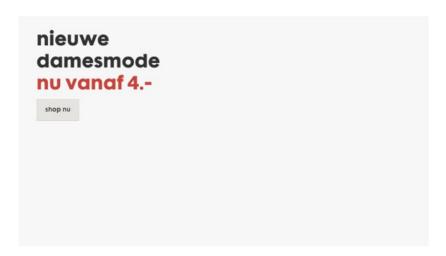
tekstopstelling online uitingen

Op het moment dat er sprake is van een actie, noemen we eerst het artikel (of de artikelgroep) en daaronder het actie mechanisme. Indien een hele categorie meeloopt, voegen we het woord: 'alle' toe. Het woord 'op' gebruiken we niet.

alle babyrompers

2+1 gratis

Er wordt dan altijd gebruik gemaakt van een zwarte tekst met daaronder de actie in rood. Ook als er sprake is van een nieuwe collectie icm prijscommunicatie gebruiken we zwart en rood.





colour

basispalet #DA2D2A **HEMA** rood merklogo • verkoop en promotie #5DC5E3 helder blauw • hoofdnavigatie • uitgelicht • geselecteerde items #F8B840 koop mij geel • conversiekleur • winkelmandje • nu winkelen

| ı | |
|---|------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | antraciet |
| | • tekst |
| | • prijzen |
| | |
| ī | |
| I | #9B9B9B |
| I | |
| I | |
| I | |
| I | |
| | |
| | grijs |
| | secundaire tekst |
| | • tekstlinks |
| | |
| | |
| | #F1EFEB |
| | |
| | |
| | |
| ı | |
| | |
| | |
| | papier |
| | achtergrondkleur |
| | |
| | achtergrondkleur |
| | achtergrondkleur |
| | achtergrondkleur |

| lichtgrijs | |
|--------------------|--|
| secondaire knoppen | |
| | |
| | |
| #9AC122 | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| groen • blij | |
| | |
| | |
| | |
| #DC6A21 | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| alarm | |
| • niet blij | |
| | |
| | |

'muis over' kleuren #5DC5E3 #1E6E85 4 #F8B840 #E99800 **@** #5DC5E3 **@** #9B9B9B #E5E3DE #D0CDC7 **(** border border en tekst #C6C6C6 #DC6A21

border

@

#B85515

border

⊕

#323232

acties op artikelen

Op het moment dat er sprake is van een actie, noemen we eerst het artikel (of de artikelgroep) en daaronder het actie mechanisme. Er wordt dan altijd gebruik gemaakt van een zwarte tekst met daaronder de actie in rood. Ook als er sprake is van een nieuwe collectie icm prijscommunicatie gebruiken we zwart en rood.

| #DA2D2A | |
|---------------------|--|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| HEMA rood | |
| merklogo | |
| verkoop en promotie | |
| | |
| | |

small onsite small banner

In de small banners communiceren we ook eerst het artikel (of de artikelgroep) en daaronder het actie mechanisme. Echter, de kleur is daar zwart.





nieuw

Nieuwe collectie wordt altijd aangeduid met 'nieuw' of 'nieuwe [collectie/categorie]' en in de kleur blauw, mits er geen prijsactie aanwezig is.

| #5DC5E3 | |
|---------------------|--|
| | |
| | |
| | |
| | |
| helder blauw | |
| hoofdnavigatie | |
| uitgelicht | |
| geselecteerde items | |

themakleuren

Op het moment dat er in de folder een kleurthema wordt gebruikt (zoals met pasen of met de zomer weken) kan een herobanner, die geen actie bevat, in de themakleur worden gezet. De kleuren worden bepaald vanuit design en door hen in het plankenbestand gezet. Om de lijn van de website strak te houden, kan hier niet vanaf geweken worden. Welke kleur waar gebruikt wordt is te allen tijde de keuze van design.

Voorbeeld

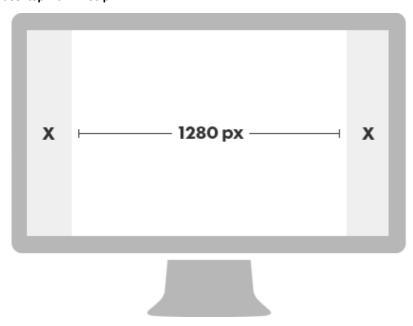




viewportals

Het ontwerp #-website is geoptimaliseerd voor variabele viewportals (schermbreedtes). We hanteren wel een minimum en een maximum:

desktop max. 1280 px



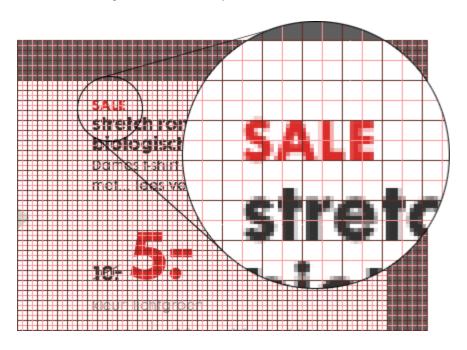
mobiel min. 320 px



grid

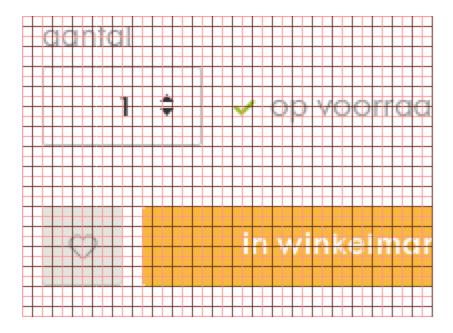
10 pixels

Om afmetingen snel te kunnen beoordelen en om onderlinge afstanden consequent te houden, maken we gebruik van een basisgrid bestaande uit 10 pixels. We geven dit grid een onderverdeling van 2 voor iets meer flexibiliteit maar met de intentie dat de kleinste onderlinge afstand minimaal 5 pixels is.



afmetingen elementen

Afmetingen van elementen zoals knoppen en onderlinge afstanden, zijn dus ook zoveel mogelijk te delen door 5 pixels en staan uitgelijnd op de gridlijnen.



layout

kolomverdeling

Naast het grid gebruiken we ook kolommen om inhoud te rangschikken. We hebben een kolomverdeling voor desktop en voor mobiel.

desktop 1280 px breed

| Zetspiegel: | 1240 px |
|------------------------------|---------|
| Kolommen: | 12 |
| Kolombreedte: | 85 px |
| Kolomwit: | 20 px |
| Linker- en rechtermarge: | 20 px |
| Onderlinge marges elementen: | 20 px |

let op!

Bij viewportals smaller dan 1280 pixels blijven het aantal kolommen, kolomwit en marges gelijk, de breedte van een kolom past zich aan en is dan variabel. Dit principe geldt tot aan het breekpunt van ??.

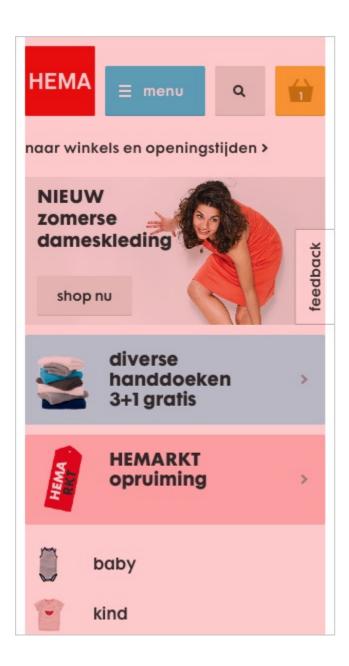
- navragen bij technische partij (breekpunten, kolommen etc.)

_

mobiel 320 px breed

| Zetspiegel: | 300 px |
|---------------|--------|
| Kolommen: | 1 |
| Kolombreedte: | 300 px |
| Kolomwit: | 0 px |
| | |

| I | Linker- en rechtermarge: | 10 px |
|---|------------------------------|-------|
| | Onderlinge marges elementen: | 10 px |



keys and testlinks

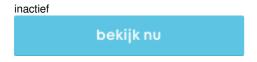
3 hoofdknoppen

niveau 1: koop mij

Dit zijn de belangerijkste conversie knoppen; 'in winkelmandje' en in het bestelproces 'ga verder'. Het zijn de belangerijkste knoppen binnen de website. We geven ze daarom net even wat meer aandacht door een aangepaste hoogte; 50 pixels hoog i.p.v. 40 pixels.

inactief in winkelmandje staat uit - geen produktselectie





bijzonderheden

- hoogte 40 pixels
- helder blauw
- gebruik ze voor snelle navigatie

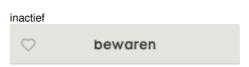




bijzonderheden

- hoogte 50 pixels
- kleur koop mij geel
- gebruik ze spaarzaam
- heeft een 'uit' weergave als men nog geen produktselectie heeft gemaakt







bijzonderheden

- hoogte 40 pixels
- grijs
- subnavigatie (extra's)

niveau 2: hoofdnavigatie

Dit zijn de helder blauwe knoppen. Ze zijn onderdeel van de hoofdnavigatie en helpen de bezoeker snel op weg binnen de website.

niveau 3: secundaire navigatie

Deze knoppen bieden de bezoeker extra's zoals een produkt bewaren of inloggen met een persoonlijk account. We hebben ze grijs gemaakt zodat ze niet de aandacht afleiden van de hoofdnavigatie.

alarmeringsknop

Alarmeringen geven we weer met de alarm kleur (oranje). Sommige meldingen verwijzen de bezoeker door. Het zijn dan buttons geworden zoals hieronder getoond.

inactief

hier tijdelijk uitverkocht bekijk de winkelvoorraad

muis over

hier tijdelijk uitverkocht bekijk de winkelvoorraad

bijzonderheden

- inhoud bepaalt hoogte
- kader
- pijltje beweegt bij muis over

produktselectie knoppen

Dit zijn de meest voorkomende knoppen op een produktdetailpagina. Het betreft veelal het selecteren van maat en kleur.

inactief

kleur: zwart



kies hier de maat



actief

kleur: zwart



kies hier de maat



muis over

kleur: koraal



bijzonderheden

- hoogte 60 en 40 pixels
- kader
- verschillende weergaves inclusief een 'uit' weergave voor een uitverkochte maat

knopjes overig

Resterend zijn er nog kleine knopjes voor bewaren, het sluiten van vensters, meer tonen en beoordeling(en). Deze zien er als volgt uit:

bewaren

inactief





actief



sluiten

inactief





toon meer

inactief









beoordelen

inactief





bijzonderheden

• ga je met de muis over een pictogram dan vergroot deze (term: easing)

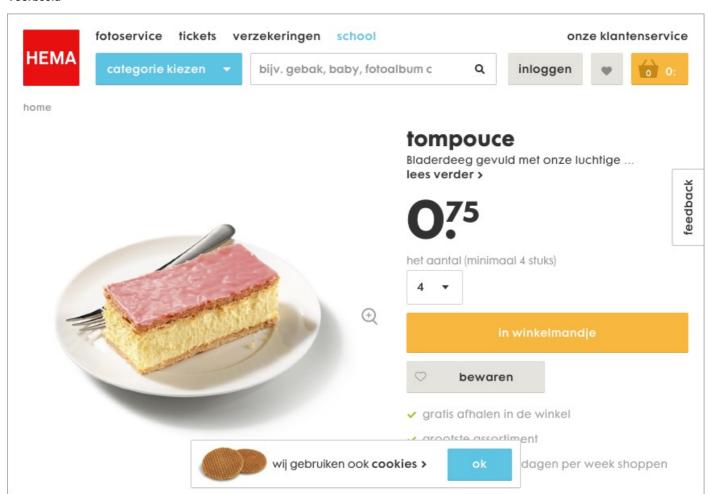
tekstlinks

Naast knoppen en uitklappers (zie elementen formulier) worden er ook tekstuele links gebruikt om te navigeren. Vanwegde de grote diversiteit aan fontgroottes leggen we hieronder alleen de basisprincipes uit.

basisprincipes

| type tekst | inactief | muis over | |
|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|--|
| broodtekst | grijs of antraciet onderstreept | helderblauw onderstreept | |
| navigatie | grijs of antraciet | helderblauw | |
| navigatie bold grijs of antraciet | | helderblauw | |
| geaccentueerd | helderblauw | donkerblauw | |

Voorbeeld



Verschillende knoppen op een HEMA produktpagina

< terug

forms

basisprincipes

Formulieren zetten we zo helder mogelijk op. Daarom hanteren we een aantal basisprincipes. Onderaan deze pagina vind je ook weer een link naar een Photoshop-bestand alle beschreven onderdelen en uitvoeringen.

Asset



De opmaak is gestapeld, elementen benoemen we met een tekstje erboven en niet ervoor.

benaming soort veld



benamina soort veld

extra omschrijving

Optioneel is het plaatsen van een extra omschrijving in een veld. Deze verdwijnt bij invoer gegevens door gebruiker.

e-mailadres

vul je e-mailadres in

instructie of advies

Onder een veld plaatsen we eventueel een regel tekst met uitgebreide instructie (schrijfwijze) en/of advies.

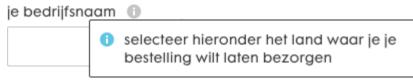
telefoonnummer



noteer land- en netnummer (00 020 1234567)

tooltips

Een meer uitgebreide uitleg kunnen we kwijt in zogenaamde tooltips; de informatie icoontjes achter een naam van een veld.





actieve weergave

We accentueren een actief veld. De vormgeving is hetzelfde als die voor een knop produktselectie; grijze outline wordt antraciet.

je voornaam



bevestiging

We geven visueel weer of een veld correct ingevuld is.



auto fill

Daar waar technisch mogelijk vullen we velden automatisch in. Bijvoorbeeld bij invoer adresgegevens.

verplichte velden

Alle velden zijn verplicht tenzij anders aangegeven.

toon wachtwoord

We bieden de mogelijkheid om wachtwoorden zichtbaar te maken.

wachtwoord*



een sterk wachtwoord bevat zowel cijfers, letters en tekens

bevestig wachtwoord*



oeps er gaat iets fout op veldniveau

Een foutmelding op veldniveau wordt met een tekst onder het veld weergegeven alsmede met het kleuren van het veld zelf.



patrickvangerwen@domeinnaamnl

Het e-mailadres is niet geldig! Controleer de schrijfwijze?

oeps er gaat iets fout op systeemniveau

Een fout op systeemniveau, zoals een onbereikbare server, wordt weergegeven boven aan een formulier met een gekaderde alarmtekst.

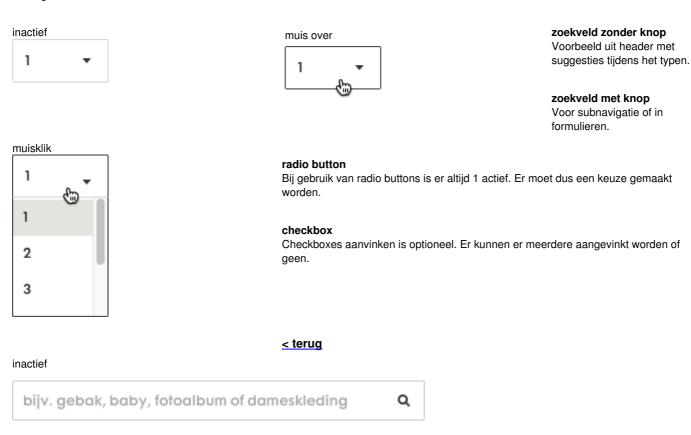
Er is iets mis gegaan!

Kort tekstje lorem ipsum

overige formulier elementen

drop-down

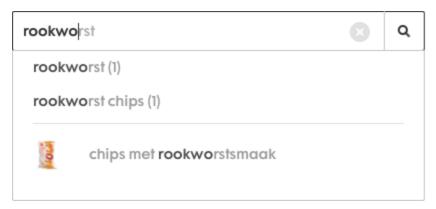
Deze gebruiken we veelal voor aantal- of landselectie.



muisklik

bijv. gebak, baby, fotoalbum of dameskleding Q

auto suggesties





| typen | | banners |
|---|--------------|---------|
| AMSTERDAM | zoeken | |
| | | |
| Of je bent een man de heer mevrouw | | |
| of een vrouw de heer mevrouw | | |
| inactief ja, ik wil de HEMA nieuwsbrief | f ontvangen | |
| muisklik | | |
| ja, ik wil de HEMA nieuwsbrie | ef ontvangen | |

hero

Interne naamgeving:

- homepage-herobanner-927x458
- catpage-herobanner-927x524

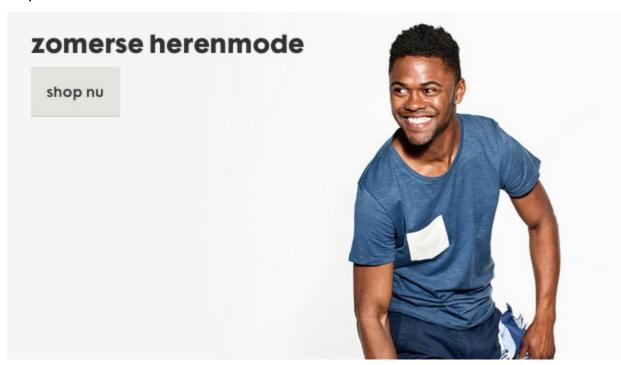
Vermelde afmetingen zijn wat je ziet. Het betreft geen afmeting voor de opmaak. Zie daarvoor de bronbestanden onder aan deze pagina.

866 px breed

zomerse herenmode



615 px breed





300 px breed







Dat hier een been uitsteekt dat zien we niet als een probleem. Zolang het maar niet te druk wordt en het kindmodel zelf niet aangesneden wordt.

price and signing

prijs

Een HEMA-prijs wordt standaard;

- groot weergegeven;
- de komma is vervangen door een punt;
- centen worden kleiner en direct achter de hele euro's genoteerd;
- een op hele euro's afgerond bedrag krijgt een afbrekingstreepje i.p.v. 00



Betreft het een aanbieding dan;

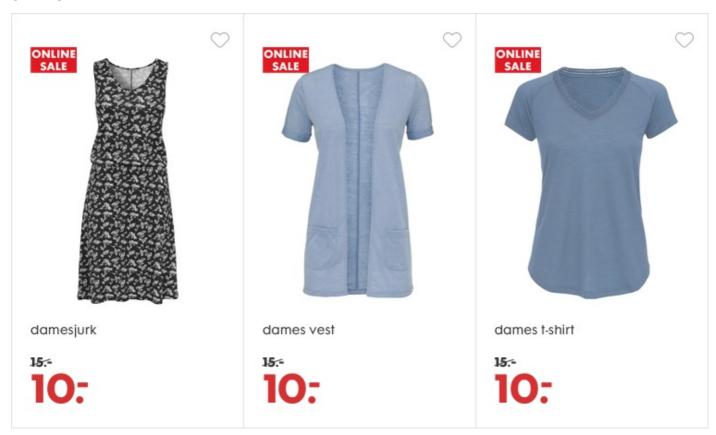
- staat de nieuwe prijs in HEMA-rood;
- staat de oude prijs er klein linksboven en is doorgestreept



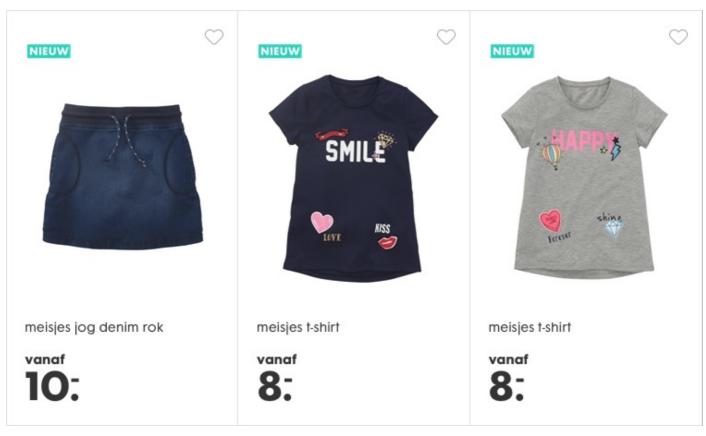
signing

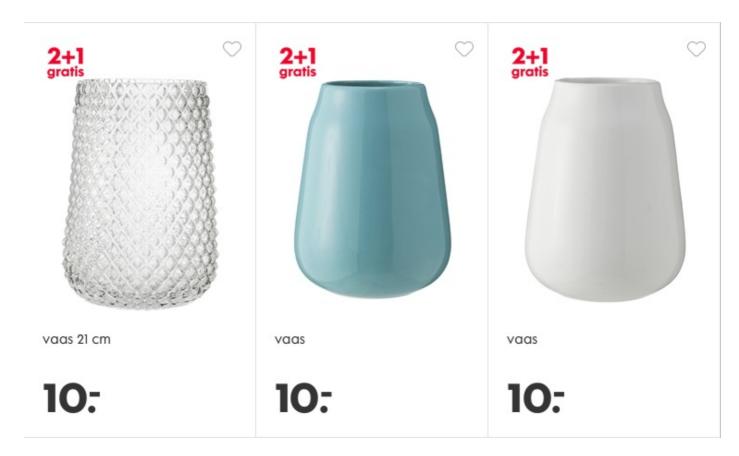
Niet alleen met het groot noteren van prijzen trekken we de aandacht naar produkten, ook met specifieke signing doen we dat. Hieronder 3 voorbeelden:

ONLINE SALE



NIEUW



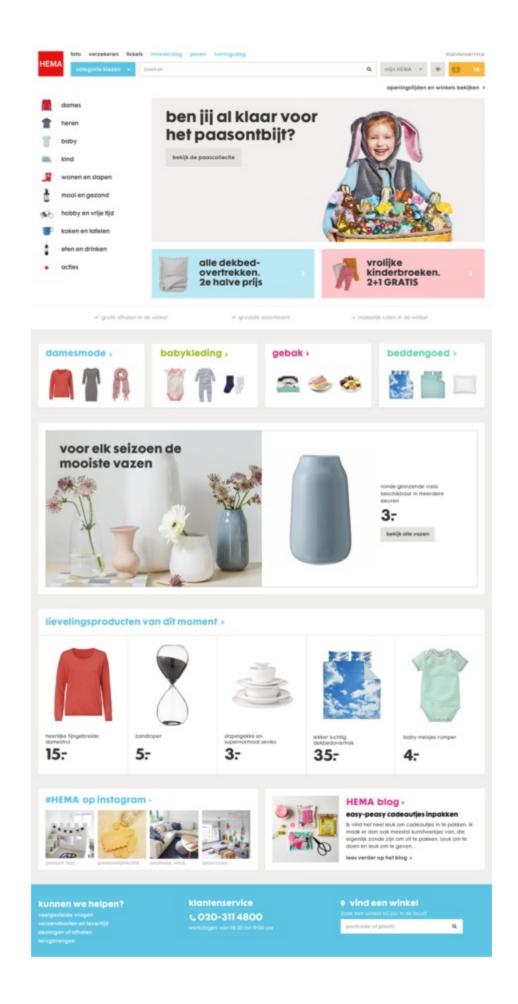


< terug

example pages

homepagina

www.hema.nl

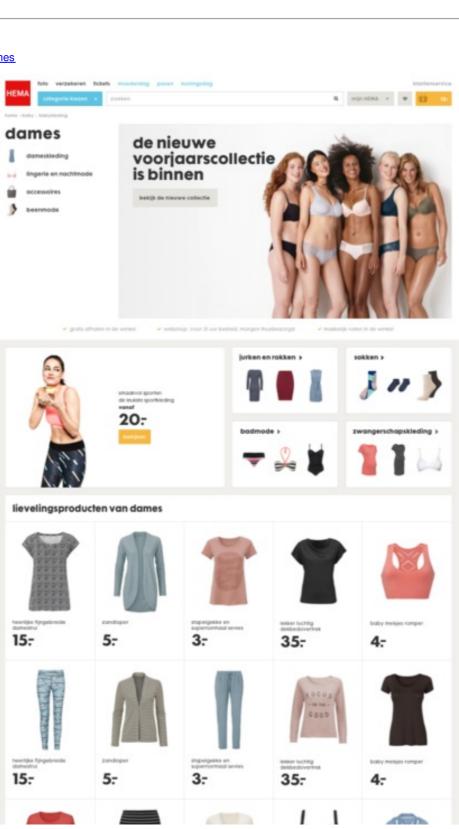


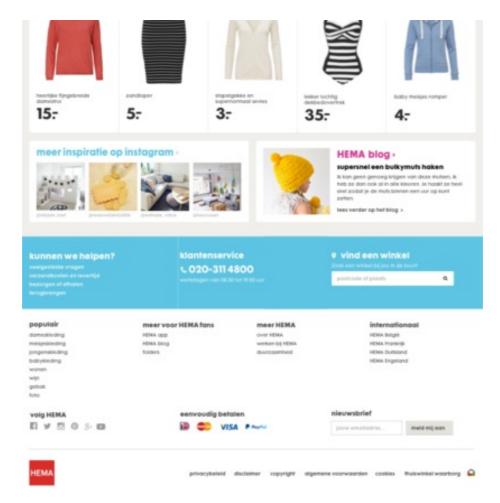


De homepagina

categoriepagina

www.hema.nl/winkel/dames

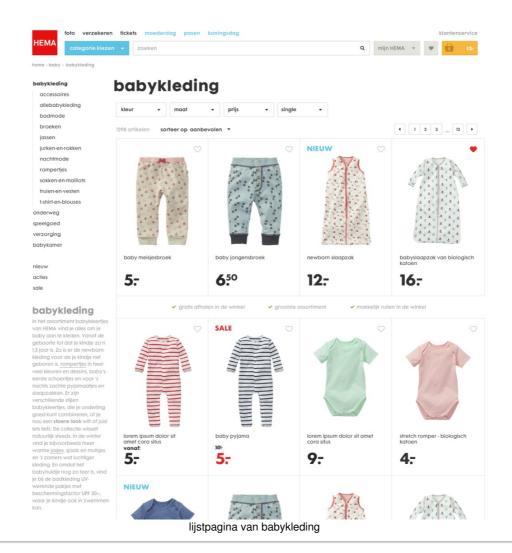




categoriepagina van dames

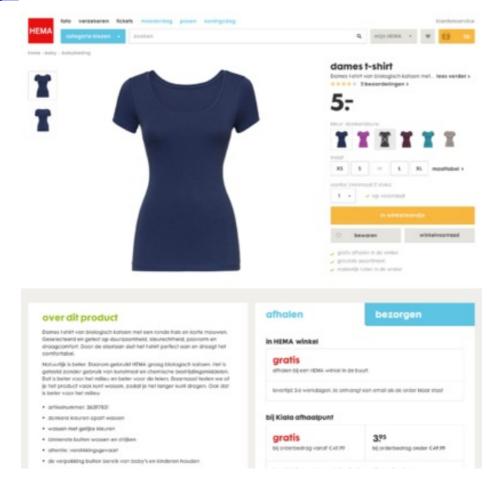
lijstpagina

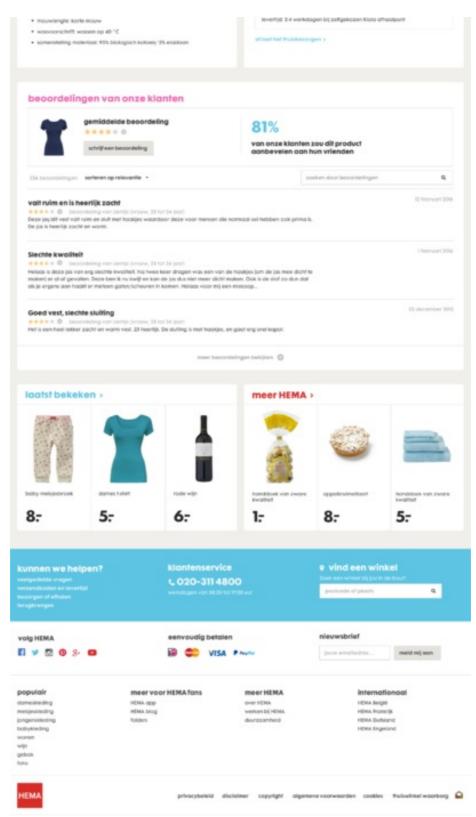
www.hema.nl/winkel/baby/babykleding



productpagina

bekijk de productpagina



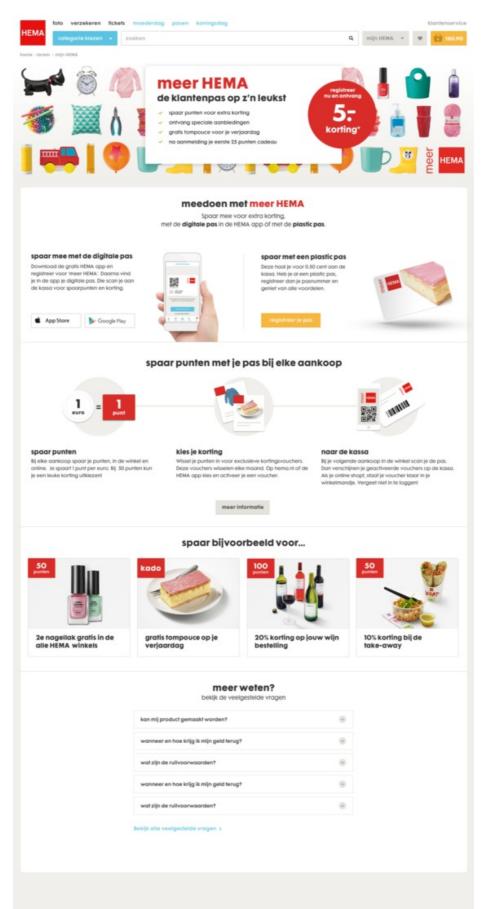


productpagina

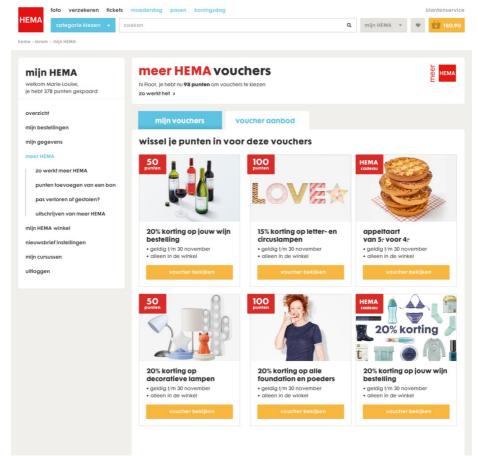
< terug

'meer HEMA' landingspagina

www.hema.nl/meerhema

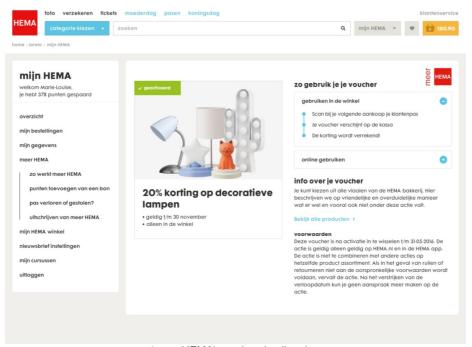


'meer HEMA' landingspagina



'meer HEMA' voucher overzichtspagina

'meer HEMA' voucher detailpagina



'meer HEMA' voucher detailpagina

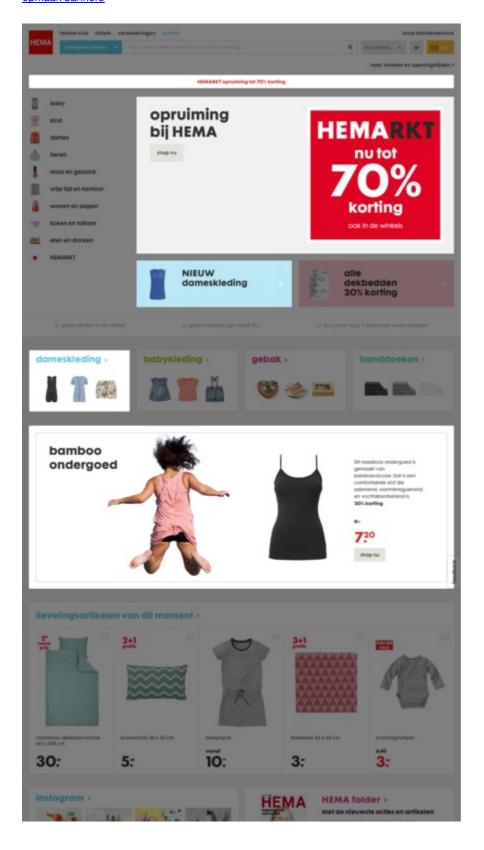
portals

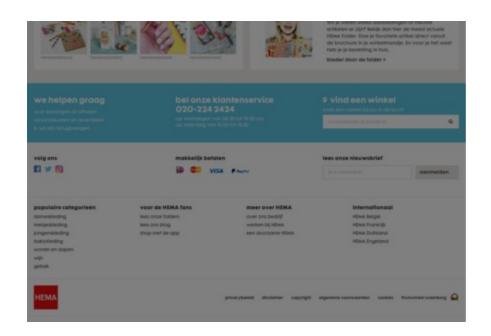
home

Van boven naar beneden, van links naar rechts:

- hoofdbanner: tijdelijke mededeling (pagina breed)
- hero-banner (in dit voorbeeld HEMARKT)
- kleine banner (NIEUW dameskleding)
- thema ingang (dameskleding)
- product hero-banner (bamboo ondergoed)

opmaak banners



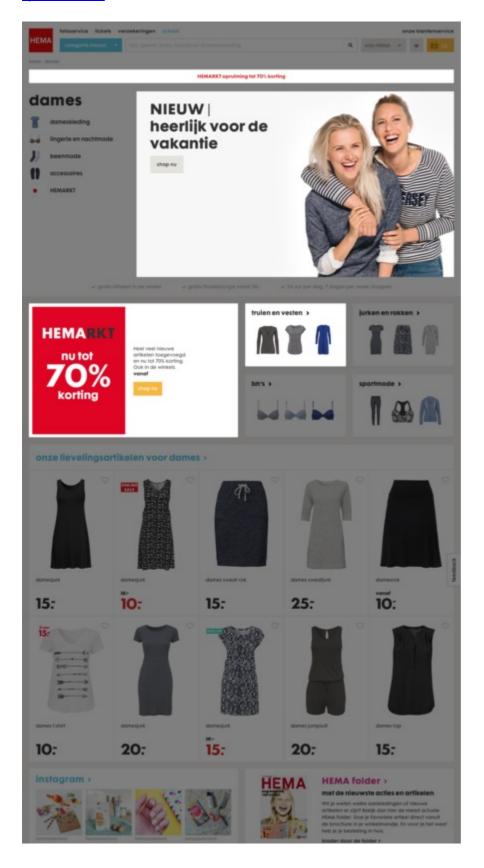


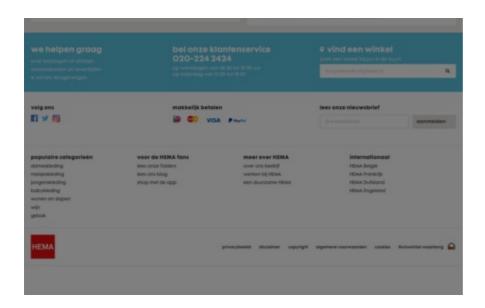
categorie

Van boven naar benenden, van links naar rechts:

- hoofdbanner: tijdelijke mededeling (pagina breed)
- hero-banner (heerlijk voor de vakantie)
- product hero-banner (HEMARKT)
- thema ingang (dameskleding > truien en vesten)

opmaak banners





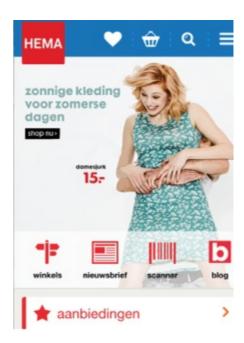
New paragraph

question en answer

v: Mogen we illustraties of lijntekeningen gebruiken zoals in voorbeeld?



a: Een pijltje hoort niet in de huisstijl. Zorg dat je in deze situatie tekst bijvoorbeeld rechts uitlijnt, bij de jurk.





leestekens

Als merk is het belangrijk consitent te zijn in schrijfwijze. De klant moet overal hetzelfde gevoel krijgen. Of zij nu in de winkel is of binnen onze webshop is. Leestekens zijn erg belangrijk om het juiste gevoel over te brengen. Een leesteken is een teken dat in tekst gebruikt wordt om de leesbaarheid te verbeteren. Soms geeft een leesteken ook aanwijzingen over de betekenis en uitspraak van de zin. De verzameling en het gebruik van leestekens heet interpunctie.

Richtlijnen

| hoofdletters | -geen hoofdletters gebruiken bij titels |
|---------------|--|
| | -uitzonderingen: landen en merknamen |
| | -zinnen wel beginnen met hoofdletters |
| uitroeptekens | -we gebruiken geen uitroeptekens |
| | -wel vraagtekens |
| punten | -een titel hoeft niet afgesloten te worden met een punt. |

woordenlijst

Hier vind je de algemene woordenlijst

Hoe schrijven we woorden online?*

| t-shirts | als het gaat om een boventop met korte mouwtjes |
|----------|--|
| shirts | als we het hebben over de overkoepelende productcategorie tops |

^{*}Heb je aanvullingen? Stuur deze dan naar erica.kruissen@hema.nl